

- найкоротшого часу виконання замовлення, що мають супроводжуватись мінімально можливими витратами;
- вхідний потік: вчасно та в повному об'ємі – критерій оцінки отриманих поставок – в повній мірі, вчасно та у відповідності до вимог;
- вихідний потік: вчасно і в повному об'ємі – критерій оцінки виконання замовлень клієнта – в повній мірі, вчасно та у відповідності до вимог;
- внутрішній відсоток браку: критерій відповідності процесу технічним вимогам і контролю якості;
- коефіцієнт введення нової продукції: критерій оцінки чутливості ланцюга поставок до нової продукції;
- скорочення витрат: критерій оцінки беззбитковості розробки продукції та процесів;
- швидкість обороту товарних запасів: критерій оцінки потоку товарів у ланцюгу поставок;
- час із моменту замовлення до моменту доставки: критерій чутливості ланцюга поставок до процесів; доставка продукції повинна виконуватись із мінімальними витратами;
- гнучкість бюджету: критерій, що показує, наскільки легко структурувати ланцюг поставок для отримання фінансових переваг.

Отже, класифікація ланцюгів поставок та розкриття їхньої суті, а також виділення основних показників дозволяють оцінити ефективність управління ланцюгом поставок на підприємстві та обрати оптимальну стратегію постачання.

УДК 339.13

Богдана Оксентюк, к.е.н., доцент

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ДИЗАЙН НОВОГО ТОВАРУ

Анотація. Розглянуто поняття технічної естетики, ергономіки та дизайну, їх роль у розробці нового товару. Описано властивості, які є зовнішнім вираженням дизайну: художня виразність, раціональність форми, цілісність композиції.

Ключові слова: *естетика, ергономіка, дизайн, естетичність виробу, контраст, нюанс, художня виразність, раціональність форми, цілісність композиції.*

Bohdana Oksentyuk

DESIGN OF A NEW PRODUCT

Abstract. The concept of technical aesthetics, ergonomics and design, their role in the development of new product are considered. The properties, which are an external expression of design: artistic expression, rational form, integrity, composition are described.

Keywords: *aesthetics, ergonomics, design aesthetics of the product, contrast, nuance, artistic expression, rational form, integrity of the composition.*

Зростання вимог споживачів до гармонійного поєднання корисних властивостей і естетичного зовнішнього вигляду виробів є характерною рисою розвитку світового ринку. Напрямки наукового пошуку є важливими складовими частинами продуктивної, творчої діяльності людини, яка бере участь у створенні продуктової інновації. Технічна естетика та ергономіка досліджують особливості взаємодії системи «людина – техніка – середовище» з метою гармонійного розвитку цих компонентів.

Технічна естетика вивчає соціально-культурні, технічні та естетичні проблеми формування гармонійного предметного середовища, що створюються різними товарами, для забезпечення найліпших умов праці, побуту та відпочинку людей. Вона становить теоретичні засади художнього конструювання (дизайну), вивчає закономірності розвитку, принципи та методи професійної творчої діяльності художника-конструктора (дизайнера). Створюючи складний товар, дизайнери розробляють спеціальні макети або моделі, за допомогою яких визначають раціональні форми виробу та його складових, підбирають необхідний колір, забезпечують інші естетичні вимоги відповідно до запитів споживачів. Тобто дизайн формує товар як споживчу цінність і робить його корисним, зручним, красивим.

Ергономіка вивчає діяльність людини або групи людей за умов сучасного виробництва, побуту, дозвілля з метою оптимізації знарядь праці, побутових товарів, умов праці. Основними об'єктами дослідження ергономіки є системи «людина – виріб – середовище» (великі автоматизовані системи управління, що об'єднують людей для праці на обчислювальній, та організаційній техніці, системи управління транспортними засобами, системи типу «верстат – оператор», системи, які передбачають взаємодію побутового обладнання та людини-споживача. Тобто ергономіка вивчає взаємодію між людиною та технікою. Вона повинна однаково враховувати як технічні, так і антропологічні складові.

Таким чином, під дизайном, або художнім конструюванням розуміють самостійний вид художньої діяльності, внаслідок якої проектується об'єкт виробництва з визначеними естетичними властивостями. Дизайн є важливою складовою частиною конструювання виробів, оскільки саме він забезпечує зручність та приємність користування виробом, надаючи йому художньої виразності, гармонійно цілісної форми та інших таких властивостей. Головна мета дизайну – полегшити взаємодію людини з виробом, зменшити нервові напруження, сприяти створенню комфортних умов для фізичної та розумової діяльності, побуту й відпочинку.

Зовнішнім вираженням дизайну є естетичність виробу. З нею пов'язують сукупність властивостей товару, що створюють його художню виразність, раціональність форми, цілісність композиції, досконалість виробничого виконання. Саме ці властивості свідчать про виразність, гармонійність, оригінальність товару, відповідність його середовищу, стилю та моді.

Художня виразність охоплює саме ті властивості, які дають змогу споживачеві відрізнити його від багатьох аналогічних. Вона повинна цілком відповідати естетичним уявленням та культурним нормам, що склалися в суспільстві. До таких властивостей належать:

- художньо-інформаційна виразність, яка дає змогу оцінити відповідність зовнішньої форми споживацькій суті та призначенню виробу, відповідність товару стилю та моді. Досягається це оригінальністю й образністю творчого задуму, стильовою відповідністю та іншими прийомами й засобами художньої творчості, відповідності виробу стилю та моді. Художньо-інформаційна виразність виявляється у таких властивостях:

- художньо-образне втілення соціальне та ринково значущої інформації (образна виразність);
- своєрідність форми, яка виділяє товар з його аналогів (оригінальність);
- сталість ознак форми (стильова визначеність);

Найпоширенішими засобами посилення виразності є контраст і нюанс.

Контраст – це різко виражена протилежність; посилює, підкреслює відмінність властивостей форм, а їхню єдність робить напруженішою, вражаючою (у телевізорі – скло, дерево, пластмаса, метал).

Нюанс згладжує монотонність і жорсткість форм у побудові композиції виробів. Особливе значення має в проектуванні виробів побутового призначення, коли за сталості основних форм, індивідуальність виявляється в найтонших нюансах. Нюансування – це те, що робить річ довершеною та елегантною.

- раціональність організації форми, яка показує наскільки вдало форма і конструктивне вирішення продукції відображає її головне призначення, функціональні характеристики (динамічність, швидкохідність, легкість), принцип дії та особливості виготовлення. Художня виразність залежить від погодженості форми виробу із застосованими в його конструкції матеріалами, а також від узгодження цілого та частин.

Основними умовами раціонального художнього конструювання є системний аналіз та пристосування дизайн-об'єктів до навколишнього середовища. Саме системний аналіз є вихідною передумовою формування властивостей виробу. Водночас виріб завжди треба розглядати в органічній єдності з його оточенням, тобто до уваги слід брати динамізм оточення, мінливість його основних параметрів. Саме це дедалі більше визначає необхідність пошуку оригінальних за художнім задумом конструктивних рішень і відповідного вимогам середовища образного стилю.

УДК 339.13

Тетяна Подвірна, інженер

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

КОНКУРЕНТІ ПЕРЕВАГИ ГЛОБАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Анотація. В умовах світової конкуренції в різних галузях на підприємствах необхідно чітко визначити глобальну стратегію, щоб фірми ефективніше боролися зі своїми конкурентами.

Ключові слова: глобальна стратегія, конкурент, диференціація, стратегія фокусування.

Tatyana Podvirna

COMPETITIVE ADVANTAGES OF GLOBAL STRATEGIES ON THE WORLD MARKET

Abstract. In the global competition in various sectors in the business to define a global strategy to fight effectively the firm with its competitors.

Keywords: global strategy, competitor, differentiation, strategy focusing.

В результаті усесвітньої гомогенізації попиту різні ринки стають взаємозв'язаними. Виходячи з цього, фірми можуть планувати свою діяльність в усесвітньому масштабі і прагнути створити привабливіший імідж порівняно з іншими конкурентами на світовому ринку.

Компанія, що обирає глобальну стратегію ставить за мету збільшення прибутку шляхом якомога більшого зниження виробничих витрат. Наслідувати глобальну стратегію низьких витрат, фірма прагне коли потрібно забезпечити низько витратне виробництво на світовому ринку. Компанія спрямовує свої зусилля на те, щоб її рівень витрат був нижчий, ніж у конкурентів у рамках світового ринку. Глобальна компанія пропонує стандартизований продукт по всьому світу, мало адаптуючи його до національних смаків споживачів. Високий рівень стандартизації продукту дозволяє